

Online Communities im Internet

Müller, Christoph

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Müller, C. (2002). Online Communities im Internet. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 25(4), 353-364. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-37917>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Online Communities im Internet

Christoph Müller

Was ist unter „online communities“ zu verstehen? Sind „virtuelle Gemeinschaften“ wirklich virtuell, sind sie gemeinschaftlich? In einer empirischen Studie mit 101 Interviews wurde geprüft, ob und inwiefern es in Kommunikationsdiensten des Internets zur Bildung von neuen Gemeinschaften kommt, bei denen die Teilnehmenden losgelöst von ihrer Körperlichkeit und von einer gemeinsamen lokalen Präsenz ausschließlich „online“ interagieren. Neben den soziostrukturellen Daten der Teilnehmenden an zwei Newsgruppen und drei Chats und deren Nutzungsgewohnheiten interessierte vor allem, wie deren Beziehungsnetze aussehen, und ob sich deren persönliche Netzwerke „online“ und „offline“ überschneiden.

1 Einleitung

„Online communities“ oder „virtuelle Gemeinschaften“ sind zu stehenden Begriffen des Internets geworden. Sie passen gut zu all den @'s und den e's, wie in e-government, e-learning oder e-commerce. Aber sind diese Begriffe mehr als Werbeslogans der Anbieter von Soft- und Hardware? Was ist gemeinschaftlich, was „virtuell“ an diesem neuen, „hippen“ Medium? – Als Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftler sind wir natürlich aufgerufen, diese „new society“ gründlich zu erforschen: ihre Chancen und Risiken, die „uploads“ und die „downloads“.

„uploads“

Die Durchsetzung Neuer Technologien ist oft von sagenhaften Zukunftserwartungen geprägt (Rheingold 1993). Hinsichtlich des Internets wird etwa die Tatsache, dass Kommunikationsbeziehungen mehr und mehr durch den Computer vermittelt werden, von mancher Seite enthusiastisch begrüßt: Es würden neue Solidarbeziehungen entstehen, die „Cyberdemokratie“ würde die Einflussmöglichkeiten der Bürger gegen-

über den Mächtigen aus Wirtschaft und Staat stärken (klassisch etwa Rheingold 1993).

„downloads“

Andere befürchten hingegen, dass sich mit der durch Computer vermittelten Kommunikation solidarische Gemeinschaftsbeziehungen im Gegenteil gerade auflösen und dass durch die Nutzung des Internets die wesentlichen Aspekte der zwischenmenschlichen Beziehungen verkümmern würden.

Die kritischen Einwände gegen die Nutzung des Internets stützen sich hauptsächlich auf die *„Individualisierungsthese“*, wonach sich traditionelle direkte Beziehungen in der Moderne aufgelöst haben (Beck/Beck-Gernsheim 1994; Friedrichs 1998). Diese Individualisierungsdiskussion bildet den Ausgangspunkt für das von *Bettina Heintz* initiierte Forschungsprojekt, von dem hier einige Resultate vorgestellt werden.¹ Die Forschungsfrage lautet, ob und inwiefern es in Kommunikationsdiensten des Internets zu Formen von Gemeinschaftsbildung kommt, welche möglicherweise an die Stelle von traditionellen Gemeinschaften treten. Trägt das Internet zu einer Vereinzelung bei oder bringt es vielmehr neue Formen von Gemeinschaften hervor?

2 Begriffe

Zur Beantwortung dieser Frage ist zunächst eine *Begriffsklärung* nötig: Was soll unter „community“ verstanden werden? „Gemeinschaft“, „community“, oder „Gruppe“ sind zwar soziologische Grundbegriffe, doch werden sie kaum je expliziert. So kann man auch unter „online community“ verschiedenes verstehen. Zur Begriffsklärung knüpfe ich zunächst – in Anlehnung an *Calhoun* (1991 und 1992) an die Unterscheidung von vier Formen von Sozialbeziehungen an:

1. *Direkte, kommunikative Beziehungen* zwischen Menschen, die sich in direkten, konkreten Interaktionen regelmäßig austauschen – wenn auch nicht von Angesicht zu Angesicht. Sie können funktional spezifisch sein, etwa in Selbsthilfegruppen. Der Austausch kann z. B. mittels eMail erfolgen, auf Mailinglisten oder in „chats“ oder „Newsgruppen“.
2. *Indirekte, sekundäre Beziehungen*, die durch ein Medium vermittelt werden: Beispiele sind online-Auktionen, bei denen die Beteiligten sich nicht direkt miteinander austauschen; Webringe oder die „Gemeinschaft“ all jener Nutzerinnen und Nutzer des WWW, die dieselben Webseiten aufrufen; oder schließlich alle „Coder“, die an der Entwicklung von „Open Source“-Programmen beteiligt sind.

1 Das Projekt „Virtuelle Vergemeinschaftung – die Sozialwelt des Internet“ dauerte von 1997 bis 2000 und war am Institut für Soziologie der Universität Bern angesiedelt. Es wurde im Rahmen des sozialwissenschaftlichen Schwerpunktprogramms „Zukunft Schweiz“ vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) gefördert.

Diese Beteiligten könnten sich zwar im Prinzip persönlich kennen lernen, doch findet dies in der Regel nicht statt.

3. *Imaginierte Sozialbeziehungen*: Damit sind Beziehungen gemeint, die vorwiegend oder sogar ausschließlich symbolisch aufrechterhalten werden, ohne dass sich die einzelnen Zugehörigen konkret treffen. Der Begriff schließt an die Überlegungen von *Benedict Anderson* zur „Nation“ an (Anderson 1983). Im Gegensatz zu den unter 2. erwähnten indirekten Sozialbeziehungen handelt es sich bei der Nation um eine „imaginierte“ Gesellschaft insofern, als eine Konkretisierung der Beziehungen zwischen „allen“ Mitgliedern in der Form von direkten Begegnungen in der Praxis unmöglich ist. Typisch für das Internet ist etwa das Konstrukt einer imaginierten Gemeinschaft aller „Internauten“, die durch ein gemeinsames Gefühl der Zugehörigkeit miteinander verbunden sind – ähnlich wie jene Jugendlichen, die sich durch einen „dress code“ mit Kleidern einer Sportfirma von anderen Jugendlichen abgrenzen, oder wie die Anhängerinnen und Anhänger eines Fußballclubs. Es geht um das Gefühl, „dazuzugehören“.
4. Schließlich gibt es auch im Internet *einseitige Beziehungen*, die nur einer der beiden involvierten Seiten bewusst sind. Das typische Beispiel ist die Überwachung in den verschiedenen Formen (Videokameras, Kreditkartenaufzeichnungen, Logfiles usw.).

Alle diese vier Arten von Sozialbeziehungen können durch die technischen Möglichkeiten des Mediums Internet verstärkt werden. Die Ausdehnung von indirekten und imaginierten Beziehungen ist ein typisches Charakteristikum der Moderne (Calhoun).

Weiter können sich alle vier Formen von Sozialbeziehungen zu Netzwerken verdichten und jeweils spezifische Formen von „communities“ bilden. Diese Ausdehnung erfolgte allerdings nicht zwingend auf Kosten der *direkten* Beziehungen: Direkte Beziehungen bestehen nach wie vor, und sie sind nach wie vor wichtig, zunächst in der unmittelbaren Lebenswelt wie in der Familie, unter Freundinnen und Freunden – aber auch als Grundlage für das Funktionieren von großräumigen Beziehungen (Fischer u.a. 1977, Wellman 1979, 1998). Die Techniken der Telekommunikation und insbesondere das Internet stellen nicht nur eine wichtige Basis für die gesamtgesellschaftliche ökonomische, politische und kulturelle Globalisierung dar. Sie bieten auch Möglichkeiten, bereits bestehende Beziehungsnetze aufrechtzuerhalten und zu stärken, sowie Gelegenheiten zum Knüpfen von neuen Beziehungen über Distanzen hinweg (Wellman/Gulia 1997, Wellman u.a. 2001). Viele „online communities“ sind jedoch *imaginierte* Gemeinschaften, die nicht durch effektiv realisierte Kommunikationen aufrechterhalten werden. Das Interesse der Studie richtet sich ausdrücklich auf die erste hier beschriebene Form von Gemeinschaften: Sie müssen sich in *konkreten* Kommunikationsbeziehungen ausdrücken.

Neben dieser ersten Abgrenzung von konkreten gegenüber imaginierten Gemeinschaften, unterscheide ich eine *strukturtheoretische*, eine *handlungstheoretische* und eine *systemtheoretische Ebene*.

Auf der *strukturtheoretischen Ebene* gehe ich von der Methode der *Analyse sozialer Netzwerke* aus. Der Vorteil dieses Vorgehens liegt darin, dass „Gemeinschaft“ nicht von vornherein kategorial „gesetzt“ wird, sondern dass empirisch nachgewiesen werden muss, ob und inwiefern eine Gemeinschaft existiert oder nicht. So sind zum Beispiel die Verwandtschaft (bei Tönnies die „Gemeinschaft des Blutes“) oder die geografische Nachbarschaft (die „Gemeinschaft des Ortes“) für sich genommen keine hinreichenden Bedingungen, um von Gemeinschaft zu sprechen. Eine gemeinschaftliche Beziehung muss vielmehr *empirisch* nachgewiesen werden.

Ausgangspunkt für die Analyse der persönlichen Netzwerke sind einzelne Egos, welche allenfalls Beziehungen zu anderen Alteri haben. Diese Beziehungen können verschieden „gehaltvoll“ sein (z.B. gemessen an der Kontakthäufigkeit oder an der subjektiv empfundenen persönlichen Nähe), und man kann ihnen verschiedene Inhalte oder Funktionen zuweisen. „Verwandtschaft“ oder „Nachbarschaft“ beschreibt dann beispielsweise eine Charakteristik von Beziehungen zwischen Ego und Alter. Für die vorliegende Studie stellt sich insbesondere die Frage, welche Beziehungen *online* aufrechterhalten werden, welche *offline*, und ob sich die beiden Netze überschneiden.

Für die zu prüfende Fragestellung sind zwei Grundformen von solchen persönlichen Netzen von Interesse (Wellman/Gulia 1997):

- die schwächere Form, eine „*personal community*“, besteht dann, wenn ein Ego *überhaupt* Beziehungen zu anderen Alteri unterhält;
- die stärkere Form, eine „*group community*“, besteht dann, wenn zumindest einige der Alteri sich auch untereinander kennen;
- die stärkste Form besteht dann, wenn sich *alle* Alteri untereinander kennen und miteinander interagieren. Wir sprechen dann von einem „Clan“ oder von einer „Clique“.

Dieser netzwerkanalytische Ansatz unterscheidet zwischen *unilateralen* und *multilateralen* Beziehungen und bildet im Wesentlichen die *Dichte* der persönlichen Netzwerke ab. „Gemeinschaft“ oder „community“ wird dabei als ein *graduelles* Phänomen verstanden. Das Internet kann beide Formen von „community“ fördern. Im Folgenden beschränken wir uns aber auf die stärkere Form von Gemeinschaft, auf die „group community“. Entsprechend halten wir als zweites Kriterium für unsere Definition von „online community“ fest, dass die Beziehungen *multilateral* sein müssen.

Nun kann man aber nicht bei allen konkreten, multilateralen Beziehungen von Gemeinschaften sprechen. Zusätzlich müssen die Beziehungen über eine gewisse Zeit stabil und *dauerhaft* sein. Und als letztes, erschwerendes Kriterium aus der Perspektive der Netzwerkanalyse formulieren wir, dass Beziehungen in einer Gemeinschaft nicht auf ein einziges Thema beschränkt und funktional spezifisch sein dürfen, sondern dass sie in einem gewissen Masse *multiplex* sein müssen.²

2 Multiplexität bzw. Uniplexität wurden darüber erhoben, bei wie vielen Namensgeneratoren die jeweiligen Alteri genannt wurden. Dabei wurde zusätzlich zwischen Online- und Offline-Beziehungen unterschieden. In beiden Bereichen konnten die Alteri maximal je vier

Mit dieser Annäherung ist allerdings noch nichts über die *Inhalte* der Beziehungen und über die Art des Zusammenhalts ausgesagt. Nicht jede so definierte Gemeinschaft ist auch eine *Gruppe*. Zur weiteren Abgrenzung werden deshalb zwei zusätzliche Kriterien formuliert:

Auf der *handlungstheoretischen Ebene* gehen wir davon aus, dass Gruppen durch eine „Gruppenkultur“ mit gemeinsamen Werten, Regeln, Normen und Handlungsmustern zusammengehalten werden müssen. Diese gemeinsame Kultur wird durch kommunikative Praktiken etabliert und gefestigt. Nur wenn es den Teilnehmern einer „online-community“ gelingt, eine gruppenintern stabilisierende und gruppenextern abgrenzende gemeinsame „Kultur“ herauszubilden, können gemeinsame Wertemuster aufgebaut und etabliert werden. In den Kommunikationsdiensten des Internets erfolgt diese Integration in erster Linie durch *textlich-sprachliche* Mittel, oft durch die Verwendung von gemeinsamen Sprachcodes – einem eigenen „Slang“. Dieser setzt sich aus kulturellen Markern zusammen, welche die Zugehörigkeit oder Nichtzugehörigkeit zur „in-group“ sichtbar machen und damit eine „online community“ erst zu einer Gruppe konstituieren.

In *systemtheoretischer Perspektive* wird schließlich – in Anlehnung an Neidhard (1979) und Tyrell (1985) – der Begriff „Gruppe“ gegenüber den Begriffen Interaktion und Organisation abgegrenzt. Ich greife hier nur zwei Punkte heraus: (a) Im Gegensatz zu einer Organisation werden bei einer Gruppe *regelmäßige Interaktionsbeziehungen* vorausgesetzt. (b) Im Gegensatz zur Interaktion wiederum sind Gruppen zeitlich dauerhafter und weisen *Grenzen der Zugehörigkeit* auf: Es ist zumindest innerhalb einer Gruppe klar, wer „dazugehört“ und wer nicht.

Zusammenfassend werden *drei Bedingungen* für das Vorhandensein einer Gruppe gesetzt:

1. konkrete, multilaterale, regelmäßige und über eine gewisse Zeit hinweg stabile Kommunikationsbeziehungen;
2. gemeinsam geteilte Werte, Normen und Praktiken;
3. eine Abgrenzung gegen außen und die Entwicklung einer gemeinsamen Identität.

Es ist festzuhalten, dass Sozialintegration nach dieser Definition *technisch vermittelte* Formen von Gemeinschaftsbildung nicht a priori ausschließt und im Gegensatz zu anderen Definitionen nicht im Vorhinein zeitliche und lokale *gemeinsame Präsenz* der Teilnehmenden verlangt. Man kann sich deshalb fragen, ob sich auch im Internet solchermaßen definierte „Gruppen“ nachweisen lassen. Und da wir in unserem Projekt explizit „online communities“ untersuchten, kann man sich zusätzlich fragen, inwiefern im Internet Gruppen bestehen, die ausschließlich oder doch vorwiegend *online* aufrechterhalten werden.

Funktionen abdecken (Bsp. für den Offline-Bereich: Verbringen von Freizeit, Diskussion über „Persönliches“, Geben bzw. Nehmen von Computer-Hilfe). Als uniplex wurden Beziehungen charakterisiert, in denen Alteri nur in einem Zusammenhang erwähnt wurden; ansonsten wurden sie als multiplex eingestuft.

3 Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation (CMC)

Gruppenbildung im Internet ist zwar prinzipiell möglich, in der Praxis aber *anspruchsvoll*, denn die nur auf Text beruhende, über das Medium des Computers vermittelte Kommunikation unterscheidet sich in einigen wesentlichen Punkten von der herkömmlichen Kommunikation „von Angesicht zu Angesicht“:

Erstens sind die *Ausdrucksmöglichkeiten* bei dieser Internet-Kommunikation *beschränkt*: Verbale Äußerungen wie Tonlage oder Räuspern fallen ebenso weg wie visuelle Aussagen durch Körperhaltung, Gesten oder Kleider.

Zweitens treten die Teilnehmenden meist *anonym* oder *pseudonym* auf. In den meisten technischen Systemen ist über diese Personen nur gerade der selbstgewählte Übername bekannt, der oft völlig fiktiv formuliert wird.

Drittens ist es in den meisten Systemen möglich, unter *verschiedenen Namen* aufzutreten, sei es nacheinander oder sogar gleichzeitig. Identität erscheint dabei als eine durchwegs multiple und wandelbare Form der Selbstdarstellung(en).

Und viertens ist es in diesen Diensten nicht nur vergleichsweise *einfach einzutreten* – es braucht „bloß“ einen Computer, eine Telefonleitung, ein Modem und einen Zugang zum Internet – es ist auch sehr *einfach, wieder auszutreten*.

Diese vier Eigenschaften der computervermittelten Kommunikation stellen in der Praxis *strukturelle Defizite* dar: Bei ausschließlich auf Texten basierten Gesprächen kommt es öfter zu Missverständnissen; die Identifizierbarkeit der Teilnehmenden ist erschwert; die Anonymität des Auftritts scheint die Hemmschwellen für Unflätigkeiten zu verringern, und angesichts der einfachen „Exit“-Option können die Teilnehmenden den Kontakt mit einem einfachen Tastendruck sofort abbrechen und sich etwa einer kritischen Diskussion entziehen.

Andererseits bietet diese Kommunikationsform auch *Vorteile*: Die Beschränkung auf den Text erfordert und erlaubt kreative Sprachspiele – oft wird beispielsweise ein eigener Jargon entwickelt. Der niederschwellige Zugang zu den Kommunikationsdiensten eröffnet breite Teilnahmemöglichkeiten, etwa auch für Menschen mit Sprechhemmungen oder mit körperlichen Besonderheiten. Die Anonymität bietet ein geschütztes Umfeld, um unterschiedliche Aspekte des Selbst auszuprobieren oder sich unbekannten Personen gegenüber zu öffnen, und schließlich können solche Identitäts- und Rollenspiele auch sehr unterhaltsam und lustig sein.

Insgesamt führen die besonderen und ungewohnten Anforderungen an die Teilnehmenden jedoch meist zu einer *Banalisierung* der Kommunikation. So beschränkt sich der allergrößte Teil der Konversation in den Chats auf oberflächliche Floskeln wie „Hallo, wie geht's?“ – „Wie alt bist du?“ – „Wohin gehst du?“ – „m (männlich) oder f (weiblich)?“. Daneben gibt es aber auch tiefergehende und zum Teil ernsthafte Gespräche, bei denen die Teilnehmenden ihre Freuden und Sorgen austauschen, sich

Ratschläge in Lebens- und Computerfragen geben und mithin eine Art Gemeinschaft kultivieren.

4 Empirie: Ergebnisse der Netzworkebefragung

Zur Klärung der Frage, ob und inwiefern starke „online communities“ in der Realität existieren und wie sie aussehen, wurden im Sommer 1998 insgesamt 101 Nutzerinnen und Nutzer aus zwei Newsgroups und aus drei Chats in persönlichen Offline-Interviews zu ihrem Nutzungsverhalten und zu ihren persönlichen Netzwerken befragt.³

Newsgroups des USENET sind vergleichbar mit „schwarzen Brettern“, wo Mitteilungen, Informationen, Fragen und Antworten „hingeschrieben“ („gepostet“) werden können. Die Kommunikation erfolgt asynchron, und die Beiträge werden während einer gewissen Zeit archiviert. Die einzelnen Mitteilungen sehen formal wie eMail-Botschaften aus, mit einem Absendernamen (<From:>) und einem Titel (<Subject:>). Beziehen sich mehrere Mitteilungen aufeinander, so entstehen Diskussionsstränge („threads“), und die Newsgroups erhalten den Charakter eines Forums. Insgesamt gibt es im USENET mehrere zehntausend Newsgroups, die meist nach Themen gegliedert sind.

Bei *Chats* werden die jeweiligen Mitteilungen in der Regel nicht archiviert. Die Kommunikation findet synchron statt, also quasi gleichzeitig, und lässt sich z.B. mit CB-Funk vergleichen: Auch hier bestehen mehrere Kanäle, in denen sich eine unterschiedliche Anzahl von Teilnehmenden tummelt. Die Äußerungen können sich aufeinander beziehen und so „Gespräche“ bilden. Neben den eigentlichen Sprechakten können in Chats auch textlich simulierte „Handlungen“ generiert werden.

Für das *Sampling* wurden die beiden Newsgroups während eines Monats und die drei Chats während zwei Wochen systematisch beobachtet – d.h. es wurde registriert, welche Namen dort vorkommen. Aus dieser Liste wurden die häufigsten Namen herausgefiltert und für eine Teilnahme am Interview angefragt – bei Newsgroups per eMail, bei den Chats in den Chats selber. Die Ausschöpfungsquote lag bei rund 50%.

3 Die Befragung wurde im Sommer 1998 offline, also face-to-face, anhand eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Im Fragebogen wurden drei Typen von Daten erhoben: 1. Daten zur Soziodemographie und zum Nutzungsverhalten der befragten Egos; 2. Alteri-Daten (Angaben zu den in verschiedenen Kontexten relevanten Alteri und ihrem soziodemographischen Profil); 3. Beziehungsdaten, d. h. Angaben zur Struktur der persönlichen Netzwerke. Der sogenannte „Netzwerkgenerator“ zur Eruiierung der persönlichen Netzwerke orientierte sich an den Untersuchungen von *Wellman* (1979) und *Fischer* (1977). Der Fragebogen kann unter <http://www.soz.unibe.ch/forschung/ii/virt/fbogen> eingesehen werden. Über das genaue Vorgehen gibt der Schlussbericht der Netzwerkestudie Auskunft (Heintz/Müller 2000).

Profil und Netzwerke der Internetnutzer

Die 101 Befragten nutzen das Internet *intensiv*, im Maximum bis zu 75 Stunden pro Woche, bei einem Durchschnitt von immerhin 18 Stunden pro Woche. Sie sind *mehrheitlich jung*, das Durchschnittsalter beträgt knapp 24 Jahre. Die meisten von ihnen haben ihre Ausbildung noch nicht abgeschlossen und wohnen noch bei den Eltern. Es handelt sich um eine ausgeprägt *männliche* Jugendkultur: Nur 11% der Befragten sind weiblich; sie beteiligten sich eher an Chats als an Newsgruppen. Im Vergleich zur Schweizer Gesamtbevölkerung haben die jungen Männer und Frauen überproportional häufig eine mittlere oder höhere Schulbildung. Ein Drittel (36%) aller Befragten hat einen Beruf oder eine Ausbildung, die mit Informatik zu tun hat.

Der Computer wird von den Befragten insgesamt (für Arbeit, für Internet usw.) im Durchschnitt während mehr als 35 Stunden pro Woche genutzt, das Internet im Durchschnitt während 18 Stunden pro Woche. Die befragten Egos verbringen mithin einen beträchtlichen Teil ihrer Freizeit oder Arbeitszeit vor dem Computer und im Internet.

Trotz dieser intensiven Nutzung handelt es sich aber keineswegs um Einzelgänger oder Einzelgängerinnen: Im Durchschnitt wurden im Interview 21 namentlich identifizierbare Alteri (im Alter zwischen 5 und 64 Jahren) genannt. Davon sind durchschnittlich 13 Alteri online-Bekannte. Darüber hinaus wurden auch viele Alteri genannt, mit denen die Befragten ihre Freizeit außerhalb des Internets verbringen, sowie relativ viele Bekannte, mit denen sich die Befragten über „Persönliches“ austauschen. Für die weitere Analyse wurde ein *Kernnetz* definiert, welches insgesamt 1619 Alteri einschließt, durchschnittlich also 16 Bekannte pro befragter Person.⁴

Zu fast der Hälfte der genannten Alteri (46%) haben die Egos täglich oder mehrmals wöchentlich *online*-Kontakt. Zu 40% der Kontaktpersonen haben sie einen ebenso intensiven *offline*-Kontakt – in dieser Kategorie sind natürlich auch Eltern inbegriffen, sowie Kolleginnen und Kollegen aus Schule, Lehrstelle, Arbeitsplatz oder aus Vereinen. Im gesamten Sample ist eine *starke Überschneidung* von online- und offline-Netzen festzustellen: Nur ein Viertel aller Beziehungen zwischen Ego und

4 Nach einer Reduktion der Anzahl möglicher Namensnennungen auf maximal 20 und dem Ausschluss von drei für die Auswertung nicht geeigneter Namensgeneratoren ergibt sich ein Kernnetz von durchschnittlich 16 Alteri, mit einer Spannweite von 5 bis 20 Personen (Heintz/Müller 2000, S. 10). In der weiteren Analyse wurden sowohl die Beziehungen zwischen den 101 Egos und ihren durchschnittlichen 16 Alteri untersucht (relationale Daten, „personal community“) als auch die Dichte der Beziehungen der durchschnittlich 16 Alteri untereinander („group community“). Für diesen zweiten Analyseteil wurde den Egos eine Matrix mit den von ihnen genannten Alteri vorgelegt. Sie wurden für alle genannten Alteri gefragt, ob diese sich auch untereinander kennen würden, und wenn ja, ob (a) ausschließlich online, (b) ausschließlich offline oder (c) sowohl online als auch offline. Aus diesen Angaben wurden verschiedene Dichtewerte der persönlichen Netzwerke berechnet. Die Beziehungen der 1619 Alteri untereinander wurde nicht analysiert. Die Netzwerkdaten wurden mit den Statistikprogrammen SPSS und UCINET ausgewertet. Für die Visualisierung der Netzwerkdaten wurde das Programm Krackplot hinzugezogen.

Alter findet exklusiv online statt, ein weiteres Viertel ist exklusiv offline, und die Hälfte aller Beziehungen findet *sowohl online als auch offline* statt. So macht z.B. jeder dritte Bekannte, mit dem die Befragten außerhalb des Internets die Freizeit verbringen, überdies auch im gleichen Internetgefäß mit. Viele der online-Beziehungen sind nicht uniplex, sondern *multiplex*.

Interessant ist dabei, dass die Befragten die entsprechenden Alteri in den überaus meisten Fällen nicht bereits *vor* einem Internetkontakt gekannt haben – also z. B. von der Schule oder von einem Verein her – und *dann erst* im Internet getroffen, sondern umgekehrt: In den meisten Fällen fand der erste Kontakt online statt und wurde *anschließend in die offline-Welt verlängert*, zum Beispiel zu einem Treffen in einer Disco.

Man könnte nun vermuten, dass es sich bei diesen Beziehungen nur um lockere, oberflächliche und relativ unverbindliche Gelegenheitskontakte handelt, um sogenannte „weak ties“ (Granovetter 1973).⁵ Dem ist aber nicht so: mindestens ein Drittel jener, denen sich die Befragten „persönlich nahestehend“ fühlen (39%), die sie als „gute Freunde oder Freundinnen“ bezeichnen (46%) oder mit denen sie über „Persönliches“ sprechen (35%), sind zugleich auch Internetbekannte. Die Internetgefäße haben für sie nicht nur eine oberflächliche Bedeutung, sondern sie bieten auch Gelegenheiten für tiefere Begegnungen. Allerdings finden nur gerade 2% aller *starken* Beziehungen *ausschließlich* online statt.

Das heißt: In Kommunikationsgruppen des Internets bestehen zwar durchaus auch viele starke persönliche Beziehungen, doch werden sie typischerweise nicht ausschließlich online aufrechterhalten, sondern sind durch Begegnungen außerhalb des Internets stabilisiert: Sie werden *lokal verwurzelt*. Diese Stabilisierung der online-Beziehungen durch offline-Kontakte trägt dazu bei, einige der oben erwähnten Defizite der computervermittelten Kommunikation zu überwinden: Sie erleichtern zum einen die Konstruktion und Rekonstruktion von Vertrauen, und zum anderen eröffnen die offline-Kontakte einen Spielraum für positive Sanktionierungen von erwünschtem Verhalten. Beides sind wesentliche Bedingungen für das Funktionieren von „Gemeinschaften“. Und schließlich sollten wir angesichts der Alterszusammensetzung des Samples auch nicht vergessen, dass „dating“ gerade in der Adoleszenz ein überaus wichtiges Thema ist.

5 „Weak ties“ sind im vorliegenden Projekt etwa Beziehungen zu Bekannten aus der Schule, aus einem Verein oder aus einem online-Kommunikationsgefäß. Solche „schwachen“ Beziehungen können zwar durchaus hohe Kontakthäufigkeiten aufweisen, sind aber zumeist uniplex und werden subjektiv nicht als „nahestehend“ bezeichnet. Im Fragebogen wurden die Alteri der befragten Egos mittels insgesamt 13 Namensgeneratoren erhoben. (In Anlehnung an die Studien von Fischer (1977) und Wellman (1979).) Einige Namensgeneratoren zielten speziell darauf ab, das Netz an „Online-Peers“ von Ego zu ermitteln (z.B. „Wer steht auf Deiner ICQ-Liste?“). Mit einem Namensgenerator wurde nach Freizeitkontakten gefragt und also bewusst auf Offline-Peers gezielt, und bei einigen Namensgeneratoren konnten die Kontakte sowohl online als auch offline stattfinden (Computerhilfe geben oder nehmen, Diskussion über Internet-Fragen, Diskussion über „Persönliches“).

Systemvergleich: Chats vs. Newsgruppen

Neben diesem ersten Resultat aus der Netzwerk-Untersuchung zeigen sich als zweites wichtiges Ergebnis durch das ganze Sample hindurch deutliche statistische Unterschiede zwischen Nutzer von Chats einerseits und von Newsgruppen andererseits:

- Chatter sind durchschnittlich jünger als Nutzerinnen und Nutzer von Newsgruppen.
- Sie nutzen in der Regel nur einen bis zwei Chats, während bei Newsgruppen durchschnittlich zehn Gruppen genutzt werden.
- Bezüglich der Motivation für die Nutzung werden bei ihnen meist kommunikative Motive genannt, bei Newsgruppen eher kognitive Motive.
- Typischerweise sind in unserem Sample die persönlichen Netzwerke der Nutzer/innen von Newsgruppen kleiner als jene der Chatter – und zwar nicht wegen der offline-Beziehungen, sondern weil weniger Online-Beziehungen namentlich genannt wurden: Newsgruppen sind eher *themenzentriert*, Chats eher *personen-zentriert*.
- Außerdem ist die Überschneidung von offline- und online-Beziehungen bei Chatgruppen deutlich ausgeprägter als in Newsgruppen, wo sich die Teilnehmenden nur selten auch in einem offline-Kontext kennen. Mit anderen Worten: In Newsgruppen sind die Beziehungen zu Internet-Alterti eher *uniplex*, während sie in Chatgruppen deutlich öfter *multiplex* sind. Netzwerke von Chatter/innen sind dichter geknüpft; sie weisen weniger „isolierte“ Alterti auf, und die Alterti kennen sich oft auch in einem offline-Kontext.

Wir können daraus schließen, dass sowohl Nutzerinnen und Nutzer von Newsgroups wie von Chats im Internet „personal communities“ haben, dass aber typischerweise nur Chatter/innen im Internet auch „group communities“ bilden. Da aber viele Chatter/innen in unserem Sample oft auch offline Kontakte mit ihren online-Alterti pflegen, können diese Chats nicht im strengen Sinn als „*online communities*“ bezeichnet werden. Es handelt sich nicht um einen grundsätzlich neuen Typus von Gemeinschaften. Vielmehr sind die von uns untersuchten Kommunikationsdienste des Internets als ein weiteres *Medium* zu betrachten, als ein neuer Kommunikationskanal, wie z. B. das Telefon vor ein paar Jahrzehnten. Obwohl das Internet *technisch* die Möglichkeit für starke gemeinschaftliche Beziehungen bietet, die ausschließlich online gepflegt werden – weitgehend unabhängig vom geografischen Orten, von Zeitgleichheiten, von Aussehen und Status, und losgelöst von Körperlichkeit –, ist für den hier untersuchten Kontext festzustellen, dass dies nicht wirklich stattfindet.

5 Fazit

Sozialbeziehungen sind in der Moderne selektiver geworden, sie sind funktional spezifischer, kurzlebiger und geografisch breiter gestreut. Zudem werden sie immer öfter mit technischen Hilfsmitteln aufrechterhalten: mit Eisenbahnen, Autos, Flugzeugen – aber auch mit dem Telefon und seit den 90er Jahren mehr und mehr mit Kommunikationsdiensten des Internets.

Telekommunikation ist nicht nur eine Voraussetzung für großräumige, globale Systemintegration und fördert nicht nur indirekte und „imaginierte“ Sozialbeziehungen, sondern kann auch direkte Primärbeziehungen fördern. So ermöglichen es die Kommunikationsdienste des Internets zum einen, bereits bestehende Beziehungen über geografische Distanzen hinweg zu pflegen; zum anderen dienen sie aber auch dazu, neue Kontakte zu knüpfen.

Besonders bei den hier empirisch untersuchten Chats lassen sich durchaus starke, multiplexe und dauerhafte Beziehungen feststellen. Typischerweise werden diese aber nicht ausschließlich online aufrechterhalten, sondern sind durch Begegnungen außerhalb des Internets gestützt: Lokalität und „face-to-face“-Kontakte bleiben wichtig. Online-Kommunikation *ersetzt* offline-Beziehungen nicht, sondern *ergänzt* sie. Chats und Newsgroups ermöglichen den Aufbau von neuen Bekanntschaften und leisten damit einen Beitrag zur Erweiterung des sozialen Netzes.

Literatur

- Anderson, Ben, 1983: Imagined Communities: Reflections of the Origin and Spread of Nationalism. London: New Left Books.
- Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth, 1994: Individualisierung in modernen Gesellschaften: Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie. In: Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Frankfurt/M, S. 10-42.
- Calhoun, Craig, 1991: Indirect Relationships and Imagined Communities: Large-Scale Social Integration and the Transformation of Everyday Life. In: Bourdieu, Pierre; Coleman, James S. (Hrsg.): Social Theory for a Changing Society. Boulder: Westview Press, S. 95-130.
- Calhoun, Craig, 1992: The Infrastructure of Modernity: Indirect Relationships, Information Technology, and Social Integration. In: Haferkamp, Hans; Smelser, Neil J. (Hrsg): Social Change and Modernity. Berkeley: University of California Press, S. 205-236.
- Fischer, Claude S.; Jackson, Robert Max; Stueve, Ann C.; Gerson, Kathleen; Mc Callister Jones, Lynne, 1977: Networks and Places. Social Relations in Urban Settings. New York: Free Press.
- Friedrichs, Jürgen (Hrsg.), 1998: Die Individualisierungsthese. Opladen: Leske + Budrich.
- Heintz, Bettina, 1999: Gemeinschaft ohne Nähe? Virtuelle Gruppen und reale Netzwerke. In: Thiedecke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 188-220.
- Granovetter, Mark S., 1973: The Strength of Weak Ties. In: American Journal of Sociology, Vol. 78 (6), S. 1360-1380.

- Heintz, Bettina; Müller, Christoph, 2000: Virtuelle Vergemeinschaftung. Die Sozialwelt des Internet. Schlussbericht zuhanden des Nationalfonds. [<http://www.soz.unibe.ch/forschung/ii/virt/sb00.pdf>] [Zugriff 15.07.2002].
- Neidhardt, Friedhelm, 1979: Das innere System sozialer Gruppen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 31, S. 639-660.
- Rheingold, Howard, 1993: The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier. Reading: Addison-Wesley.
- Tönnies, Ferdinand, 1963: Gemeinschaft und Gesellschaft. Darmstadt.
- Tyrell, Hartmann, 1985: Zwischen Interaktion und Organisation I. Gruppe als Systemtyp. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Gruppensoziologie. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderband Nr.25. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 75-87.
- Wellman, Barry, 1979: The Community Question. The Intimate Networks of East Yorkers. In: American Journal of Sociology, Vol. 84, S. 1201-1231.
- Wellman, Barry, 1998: Things Ain't Wot They Used To Be – And They Never Were! In: Wellman, Barry (Hrsg.): Networks in the global Village. Boulder: Westview Press, S. 1-47.
- Wellman, Barry; Gulia, Milena, 1997: Net Surfers don't Ride alone: Virtual Communities as Communities. In: Smith, Marc A.; Kollock, Peter (Hrsg.): Communities in Cyberspace. London: Routledge, S. 167-194.
- Wellman, Barry; Berkowitz, Stephen D. (Hrsg.), 1997: Social Structures: A Network Approach. Greenwich: JAI Press.
- Wellman, Barry; Quan Haase, Anabel; Witte, James; Hampton, Keith, 2001: Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? – Social Networks, Participation, and Community Commitment. In: American Behavioural Scientist, Vol. 45(3), S. 437-56.

Christoph Müller, lic. phil.
 Mainaustraße 34
 CH-8008 Zürich
 eMail: muellerc@soz.unibe.ch

Christoph Müller, Jahrgang 1964, Studium der Soziologie, Sozial- und Wirtschaftsgeschichte sowie politischen Theorie an der Uni Zürich. Abschluss mit einer Lizentiatsarbeit zur „Technikkritik in der Moderne“. Anschließend Mitarbeit in einem Forschungsprojekt zur „Gemeinschaftsbildung im Internet“ (Leitung Prof. Bettina Heintz, Mainz). Diese Studie wird zur Zeit zu einer Dissertation erweitert.